



## Local Food Distribution in pandemic time

### Distribución Local de Alimentos en tiempos de pandemia

Viteri, M. L.<sup>1</sup>; Abdala, J. C.<sup>2</sup>; Vittar, C.<sup>3</sup>; Quinteros, G.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Estación Experimental Agropecuaria Balcarce - EEA, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria - INTA, Balcarce, Argentina.

<sup>2</sup> Unidad de Extensión y Experimentación Adaptativa - UEYEA y Agencia de Extensión Rural – AER, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – INTA, Santiago del Estero, Argentina.

<sup>3</sup> Instituto para la Agricultura Familiar - IPAF, Noroeste Argentino, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria - INTA, Jujuy, Argentina.

Recibido: 24/02/2021

Aceptado: 06/04/2021

---

#### ABSTRACT

Viteri, M. L.; Abdala, J. C.; Vittar, C.; Quinteros, G. 2021. Local Food Distribution in pandemic time. *Horticulture Argentina* 40 (101): 59-71.

The Argentinean State implements the Social, Preventive and Mandatory Isolation (ASPO in Spanish) since 20<sup>th</sup> of March 2020. The ASPO does not include the social actors involved in food production and distribution. However, in order to avoid crowds, some municipalities have closed, temporarily, Agriculture Family, Peasant and Indigenous Fairs, besides, some wholesale markets have reduced their activity. By taking into account La Banda and Santiago del Estero's fruit and vegetable belt as a social space, this paper analyses how a group of producers, workers, consumers and distributors implemented a new commercial channel in

a controversial context. In order to explain how a network of actors innovates the way of selling, qualitative methods were used (interviews, participatory observation, etc.). These practices were developed in 60 km radio. Santiago del Estero's experience shows the potential of collective work among different actors, who try to build a sustainable territory. This experience was analysed under the agroecology elements, such as, farmers' autonomy to decide what and how to produce, the promotion of local and medicinal products such as *jarilla*, and the knowledge exchanged between producers, consumers, churches of different faiths and public workers.

**Additional Keywords:** Social organizations, commerce, fruit and vegetables, family agriculture, agroecology.

#### RESUMEN

Viteri, M. L.; Abdala, J. C.; Vittar, C.; Quinteros, G. 2021. Distribución Local de

Alimentos en tiempos de pandemia. *Horticultura Argentina* 40 (101): 59-71.

A partir del primer caso de infección de COVID-19, el Estado Argentino implementó el 20 de marzo de 2020 el régimen de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO). Este aislamiento no incluía a los actores sociales involucrados en la producción y distribución de alimentos. Sin embargo, algunos municipios prohibieron el desenvolvimiento de espacios comerciales como las ferias huerteras de la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena (AFCI) y algunos mercados mayoristas disminuyeron su actividad para evitar aglomeraciones de personas. Tomando como espacio social al Cinturón Frutihortícola de La Banda y Santiago del Estero, este trabajo analiza cómo un grupo de productores, trabajadores, consumidores y distribuidores, modificó su comercialización frente a la imposibilidad de ofrecer sus productos y servicios a través de los canales habituales. A través de la observación y acompañamiento en el

territorio, se explica cómo se genera una red de actores que innova en la venta de hortalizas. Estas prácticas se desarrollaron en un radio de 60 kilómetros. La experiencia de Santiago del Estero muestra las potencialidades del trabajo colectivo entre diferentes actores para construir un territorio sustentable en la circulación de los alimentos entre la producción y el consumo. Esta práctica innovadora se analizó bajo los elementos que propone la agroecología, entre los que se encuentran la autonomía en las decisiones de qué y cómo producir alimentos, promocionando productos locales y medicinales como la jarilla, así como el intercambio fluido y solidario entre productores, consumidores, iglesias de diferentes credos e instituciones públicas.

**Palabras claves adicionales:** Organizaciones sociales, comercio, frutas y hortalizas, agricultura familiar, agroecología.

## 1. Introducción

Frente al contexto de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) en sus primeros meses entre marzo y mayo de 2020, la Agricultura Familiar, Campesina, Indígena (AFCI) de la provincia de Santiago del Estero, mostró capacidades de adaptación y mejora de sus canales comerciales. Este trabajo se focalizó en un estudio de caso sobre el Colectivo del Buen Vivir (CBV), que bajo algunos de los principios agroecológicos como la autonomía de productores, distribuidores y consumidores; creación conjunta del conocimiento, lograron sustentar sus ventas ampliando su entramado de clientes.

Los mercados alternativos de distribución de frutas y hortalizas se vinculan, en general, con canales cortos de comercialización, ofrecen a los consumidores la posibilidad de elegir a partir de mayor diversidad de variables, entre ellas, el conocimiento de las prácticas de los productores, precios justos, calidad agroecológica, etc. (Pearson, 2020).

El trabajo se estructura de la siguiente manera. En la primera parte se explican materiales y métodos, así como las herramientas teóricas utilizadas para comprender la innovación de los circuitos comerciales de cercanía en contexto de pandemia, y se explicitan los resultados. La segunda sección contextualiza la zona de producción frutihortícola donde se desarrolla la experiencia. La tercera parte muestra el mapa de actores involucrados en la innovación de la venta de bolsones a partir de las dificultades de distribución a través de otros canales comerciales (mercados mayoristas, ferias). La cuarta sección intenta explicar las dificultades y oportunidades que generó el día a día de esta propuesta de reparto a través de un relato etnográfico. Por último, se reflexiona sobre las potencialidades de los circuitos cortos y la agroecología que se presentan como importantes alternativas en el contexto de pandemia.

El objetivo del presente trabajo es analizar las estrategias comerciales innovadoras puestas en práctica por el Colectivo del Buen Vivir (CBV) en un contexto de cambios generado por la pandemia COVID-19. La visibilización de esta experiencia movilizó nociones vinculadas con las potencialidades de las ventas directas entre productores y consumidores. La experiencia involucró posibles políticas públicas desde el municipio (mercado físico), restaurantes que valoraron y promocionaron los alimentos locales, consumidores que apoyaron la iniciativa y respetaron el cuidado del medio ambiente y de los que producen sus alimentos. Una tonelada y media de frutas y hortalizas que llegó a los hogares semanalmente es una muestra cabal de las potencialidades de las redes solidarias, donde intervinieron múltiples actores sociales comprometidos por un circuito de ventas de alimentos sanos de cercanía.

## **2. Materiales y métodos**

Este trabajo se realizó en contexto de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO). Se utilizaron tecnologías de información y comunicación (TIC) entre los autores dispersos en la geografía nacional. En base a metodología cualitativa y etnográfica (Arce, 2013), se documentaron las prácticas sociales alrededor de la organización y reconversión de las estrategias de venta de las diferentes agrupaciones de productores del Cinturón Frutihortícola de la ciudad de La Banda y Santiago del Estero.

El trabajo etnográfico permitió conocer, a partir de las prácticas cotidianas, cómo se reconfigura el espacio comercial Colectivo del Buen Vivir. Además, se buscó reconectar a los trabajadores de la tierra con los consumidores. El acompañamiento en el día de reparto fue presencial y virtual, a la vez.

El trabajo se realizó en equipo de manera semipresencial (algunos de los autores de este artículo, involucrados en el reparto enviaban fotos y audios de WhatsApp al resto de los autores que siguieron la actividad de manera virtual). También se realizaron entrevistas abiertas en el período abril - junio 2020. En total se realizaron 15 entrevistas a informantes calificados, vinculados con la experiencia, técnicos de INTA (2); personas del Municipio de La Banda y de Santiago del Estero (3); productores (5); clientes y/o asociaciones o restaurantes que compran el bolsón (5). Dichas entrevistas fueron grabadas con el consentimiento de los entrevistados y abordaron, a través de preguntas abiertas, las prácticas e innovaciones desarrolladas, identificando los principales actores participantes de cada iniciativa y las redes de las que forman parte, así como los logros y desafíos pendientes.

El material obtenido fue desgrabado y analizado mediante técnicas cualitativas. A ello, se agregó la consulta de material secundario disponible sobre el Cinturón Hortícola de Santiago del Estero.

## **3. Resultados**

La autonomía que lograron los huerteros del Colectivo del Buen Vivir les permitió posicionarse frente a los hacedores de políticas municipales con propuestas para la salud pública, ofreciendo alimentos agroecológicos y promoviendo la menor circulación de la población, sobre todo los grupos de riesgo, pasando de un canal comercial presencial a uno de reparto. Si bien la experiencia de los bolsones involucró a menos del 1% de los horticultores de la provincia de Santiago del Estero, se movilizó 1,5 toneladas por semana de alimentos sanos y locales a un precio accesible para todos los ciudadanos. Todas las semanas se modificó la oferta en función a los cultivos de la época. Esto implicó cierta conciencia por parte de los consumidores a conectar más con los ciclos biológicos de la naturaleza. Los

consumidores pedían que se use material reciclable, y algunos incursionaron en la producción de sus propios alimentos.

### 3.1. Circuitos cortos de comercialización (CCC):

Los CCC son definidos de múltiples formas. Para algunos autores estos canales comerciales pueden movilizar hasta un intermediario entre productor y consumidor (Marsden & Murdoch, 2006; Hyland *et al.* 2019). Esta definición es un poco ambigua, porque un supermercado también podría ser parte de un CCC (Niederle, 2013). De todas maneras, en este trabajo, se entiende como intermediario a otro productor, o una cooperativa, una asociación, un comercio especializado, un restaurante o un mercado local. Estas formas de comercio refuerzan la noción de autonomía y confieren mayor peso en la participación de los y las productoras y las y los consumidores, convirtiendo a los ciudadanos en activos constructores de formas alternativas de producir, distribuir y consumir (Wilkinson, 2008).

Este trabajo analiza los CCC como uno de los 10 elementos de la agroecología que se establecen a partir de documentos previos (Altieri 1995; Gliessman, 2015) y talleres regionales sobre ecología (FAO, 2020). Todos los elementos están interrelacionados y son interdependientes: diversidad, creación conjunta de conocimientos, sinergias, mayor eficiencia en el uso de los recursos, reciclaje, resiliencia, valores humanos, cultura y tradición alimentaria, gobernanza responsable, economía circular y solidaria (FAO, 2020). En función de esos elementos, se sostiene que la experiencia de venta directa de las agrupaciones de productores de Santiago del Estero es una innovación colectiva, basada en conocimientos combinados entre lo académico-científico y lo práctico-local-ancestral de los productores (medicinas, hierbas, jabones de jarilla). La experiencia visibiliza una economía circular que busca ser sostenible en el tiempo. Para ello, la producción de alimentos debe satisfacer las necesidades de las generaciones presentes y futuras, garantizar la rentabilidad, la salud ambiental, la equidad social y económica de la población actual. La agricultura sostenible contribuye a los cuatro pilares de la seguridad alimentaria: disponibilidad, acceso, utilización y estabilidad; de una manera que sea ambiental, económica y socialmente responsable con el tiempo (FAO - INRA, 2016). La consolidación de esta venta directa entre todos los actores locales, con refuerzos de políticas públicas participativas, mejoraría varios elementos de la agroecología (resiliencia de los productores, del sistema productivo local, economía de circuito de proximidad, valoración del conocimiento local y ancestral, etc.).

Se considera que los productores de la experiencia de bolsones de Santiago del Estero gestionaron la producción con el objetivo de mantener a sus familias en condiciones dignas. En sus explotaciones, la mayor parte del trabajo es aportado por los miembros de la familia. En el caso particular del presente trabajo, son poseedores con ánimo de dueños de la tierra que cultivan. Esto guarda relación con la definición de la Ley de Agricultura Familiar y el Foro Nacional de la Agricultura Familiar (FoNAF), donde los y las agricultoras realizan actividades agrícolas en el medio rural; siendo propietarias de todo o parte de los medios de producción. Su principal ingreso económico es predial.

Castro & Prividera (2011) definen a la Agricultura Familiar (AF) teniendo en cuenta las voces de los actores: *“La AF somos nosotros, la familia, la huerta orgánica, el campo, los que siembran”*; *“Pequeña yo entiendo menos de una hectárea (...) agricultura, plantar todito el sustento familiar para consumir (...) productos variados para la familia no para la comercialización, huerta sí porque es para consumo familiar.”* Muchas veces las instituciones públicas encargadas del desarrollo rural no toman en cuenta las visiones de las personas que construyen la ruralidad. Por eso, este trabajo fortalece la idea de una AF articulada y organizada en movimientos sociales, saliendo de una mirada de producción de pequeña escala y baja renta hacia una noción de conquista de nuevos espacios y dinámicas mercantiles (Wilkinson, 2008). La AF tiene el potencial para contribuir con la oferta de

alimentos locales, crear empleo, conservar la biodiversidad, preservar la cultura y el medio rural, sostener la diversidad multiétnica, erradicar la pobreza rural y dinamizar las economías regionales (CIPAF, 2017).

### 3.2. Territorio y producción frutihortícola de la provincia de Santiago del Estero:

La provincia de Santiago del Estero, ubicada en el centro norte del país (Figura 1) reúne a 874.006 habitantes (INDEC, 2010). Un 31% vive en zonas rurales. El 83% de las explotaciones agrarias está en manos de la agricultura familiar, campesina e indígena (AFCD), que controla apenas el 16% de las tierras aptas para cultivo (Jara, 2020). La frutihorticultura está en manos de familias que trabajan en pequeñas parcelas (entre 2 a 10 hectáreas). Sólo contratan mano de obra externa, excepcionalmente. Asimismo, poseen animales para su autoconsumo y venta de excedentes.



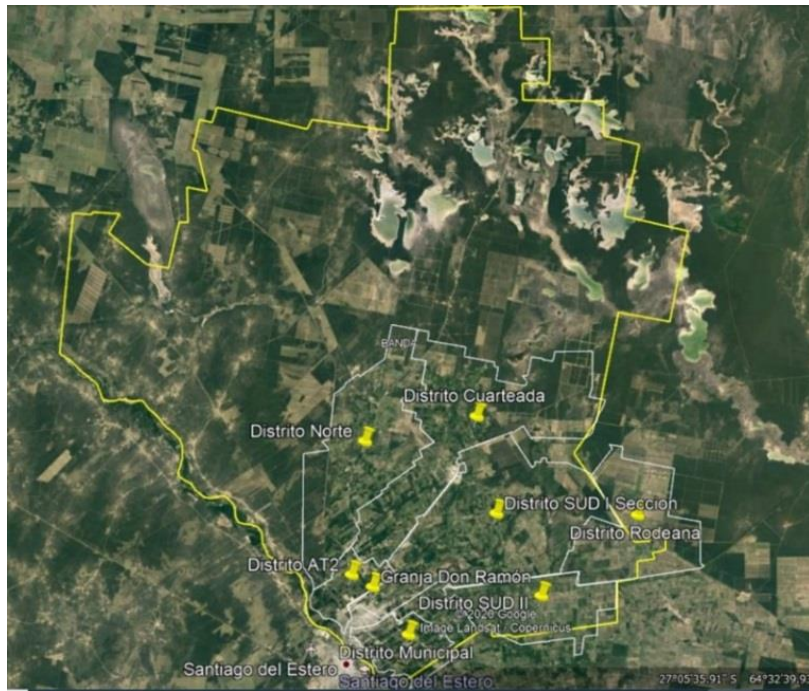
**Figure 1:** Santiago del Estero, Argentine and its Main Fruit and Vegetable Belt. 2020.

**Figura 1:** Santiago del Estero, Argentina y sus principales cinturones frutihortícolas. 2020.

Fuente: <https://www.ign.gov.ar/AreaServicios> (12/2020).

En la Figura 2 se observa el área de cobertura de los sistemas productivos, es la zona de riego del Departamento de La Banda y se focaliza el abastecimiento a las ciudades de Santiago del Estero y La Banda.

Según el Plan de Competitividad Conglomerado Hortícola, Santiago del Estero registra 16.000 hectáreas hortícolas bajo riego (vía canales del río Dulce), representando el 14,5% de la superficie total irrigada en la provincia. Principalmente se produce cebolla, zanahoria y cucurbitáceas (MECON, 2014). Es la cuarta provincia de importancia hortícola, detrás de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza. Si bien sus suelos y el clima de la zona de riego son altamente adecuados para la horticultura, en los últimos años se está sembrando soja y maíz. La horticultura provincial genera más de 5.000 empleos por campaña, concentrándose principalmente en La Banda, cercanías de la Capital, Colonia El Simbolar y Fernández. Los horticultores desarrollan la actividad desde hace más de 30 años, con prácticas productivas y comerciales muy arraigadas (Campetella & Padín, 2017; MECON, 2014).



**Figure 2:** Department of La Banda: Irrigation Area. Santiago del Estero, Argentine, 2020.

**Figura 2:** Área de riego del Departamento de La Banda. Santiago del Estero, Argentina, 2020.

Fuente: Unidad ejecutora de riego. Provincia de Santiago del Estero (2020).

Como en todos los cinturones frutihortícolas del país, el principal canal de venta utilizado por los campesinos y agricultores es a través de intermediarios. La vinculación entre ellos se sustenta por acuerdos “de palabra” para la comercialización futura. A través de este canal, los productos ingresan a los mercados mayoristas, principalmente extra regionales, entre los que se destacan Buenos Aires, Rosario y Córdoba (MECON, 2014). En el caso particular de la provincia de Santiago del Estero, desde que el gobierno de la provincia prohibió el uso de carros traccionados por animales, los productores que los usaban (sin camionetas) han dejado de ir a los mercados mayoristas. Hoy dependen de los intermediarios. Algunos venden parte de su producción en las ferias de la Agricultura Familiar (hoy clausuradas por COVID-19). Las dos ferias más importantes se ubican en La Banda y Santiago del Estero, zonas geográficas con mejores condiciones de producción debido al acceso al riego y la cercanía a los principales centros urbanos de la provincia. La Feria Santiagueña de la Agricultura Familiar (FERISAF) funcionó hasta 2011. La Banda reúne cerca de 250 clientes semanales y la Capital alrededor de 500 consumidores por semana (Jara, 2020). Si bien, ambas ferias son vinculadas con la Agricultura Familiar, hoy en día estos espacios comerciales están cooptados por intermediarios muy alejados de la identidad huertera.

### 3.3. Actores sociales del sector de la fruticultura de la provincia de Santiago del Estero:

La pandemia movilizó de inmediato todo el entramado social tanto urbano como rural. Durante los inicios del ASPO, por miedo al contagio y por el cierre de algunos puestos en los mercados concentradores, los intermediarios espaciaron sus visitas y las ferias de la AF dejaron de funcionar. Esta situación implicó que casi el 80% de los horticultores se encontrara en estado crítico, sin posibilidad de sembrar y mantener a su familia. Allí surgieron varias



iniciativas entre las que se encuentra el reparto de bolsones de frutas y verduras, objeto de este estudio.

La modalidad de entrega a domicilio, que suscitó el contexto de pandemia, engloba a un grupo heterogéneo de actores. Las principales agrupaciones encargadas de la producción, armado y distribución de las frutas y hortalizas son: Colectivo del Buen Vivir, Cooperativa Manos del Pueblo, Cooperativa Virgen del Valle, Cooperativa Los Díaz, la Comercializadora Solidaria Míngame y otras. A esta red de organizaciones, con una larga trayectoria en la tarea, se suman clientes, funcionarios de los municipios de La Banda y Santiago (Capital), y técnicos de INTA que contribuyen para la innovación de ventas por bolsones.

El Colectivo del Buen Vivir (CBV), agrupa a 20 familias huerteras del cinturón frutihortícola de La Banda. Trabajan entre 0,5 y 10 hectáreas bajo riego. La personería jurídica del uso de esas tierras es de posesión con ánimo de dueño. Muchas de estas familias se conocen desde el año 2000, por ser promotores del Programa Pro Huerta (Ministerio Social, INTA). En el CBV participan muchas comunidades distanciadas geográficamente, aunque con un compromiso político en la construcción de una Economía Social y Solidaria (ESyS). En 2013, la Asociación organizó, conjuntamente con Currículum Global de Economías Solidarias, un evento internacional para intercambiar experiencias con otros productores y consumidores que hacen parte de este tipo de mercados.

Las Cooperativas del Movimiento Evita reúnen cerca de 240 socios. En el reparto son los que ofrecen sus sedes como espacio físico para concentrar la oferta y armar los bolsones en Santiago Capital y en La Banda. La Cooperativa Manos del Pueblo es urbana y su principal actividad es textil (serigrafía). Sus socios son los encargados de confeccionar los nuevos bolsones, para sustituir los de plástico que no son del agrado de los clientes. La Cooperativa Virgen del Valle trabaja en los barrios de población vulnerable en comedores, aunque incursiona en huertas desde 2019 con tierras del municipio de Santiago.

La Cooperativa Los Díaz se dedica a la comunicación audiovisual, tienen vinculaciones con uno de los restaurantes clientes de los bolsones, y realizan videos para Vía Campesina (movimiento internacional que coordina organizaciones de campesinos, pequeños y medianos productores, mujeres rurales, comunidades indígenas, trabajadores agrícolas emigrantes, jóvenes y jornaleros sin tierra). Sus socios manejan bien las herramientas del Microsoft para sistematizar los pedidos de una manera organizada, saliendo de la lista escrita a mano en un cuaderno. Esta Cooperativa permite formalizar la venta de bolsones por ser responsable inscripto ante el ente impositivo nacional y por poseer cuenta bancaria. Su participación ha mejorado la logística, realizando el diseño y la planificación estratégica del dispositivo de traslados de los bolsones.

La red de consumidores solidarios Míngame, nombre asociado al trabajo en equipo, es una distribuidora de productos regionales que busca precios justos para los productores y consumidores. Antes de la pandemia, conjuntamente con la Cooperativa Los Díaz, promocionaban para la venta productos de la Agricultura Familiar a través del Facebook y WhatsApp (verduras, plantines, nueces confitadas, cerveza artesanal, panificados, mermeladas). Desde el inicio del reparto de bolsones, Míngame colabora con financiamiento para algunos aspectos de logística.

Todas estas agrupaciones, colaboraron de manera voluntaria en las entregas de bolsones desde fines de marzo de 2020. Actualmente participan de la coordinación, empaque y distribución, reciben un pago semanal proveniente de la comercialización de bolsones. El reparto de bolsones lleva a repensar las actividades que desarrollan técnicos e integrantes de movimientos sociales en la promoción de la agroecología:

Según técnicos del sector, la actividad es muy importante y requiere de enfoque, inteligencia y claridad de objetivos, ya que son muchos los actores involucrados que participan y apoyan la misma. *“Un grupo de productores, trabajadores, consumidores y distribuidores estamos*

*movilizando durante los meses de abril y mayo 10.000 kilos de alimentos, de las huertas a la mesa en 24 horas, frutas y verduras frescas y saludables” (Técnico de INTA, whatsapp, 24 de mayo, 2020).*

El grado de involucramiento de los y las técnicas del INTA que acompañaron la experiencia implicó trabajar los fines de semana y feriados. La voluntad de todos y todas por alcanzar una meta fue fundamental para los inicios del proceso innovador. Sin embargo, estas buenas intenciones deberían haber sido acompañadas de políticas públicas que sostengan estos espacios más allá de la buena voluntad de un técnico, ofreciendo su tiempo y vehículo particular para el reparto. Los y las productoras cuentan sus dificultades para la venta y las potencialidades que encuentran en el canal de venta directa:

Respecto de los productores involucrados, los mismos sostienen que al no tener previamente acceso al mercado bajo esta modalidad pueden ofrecer sus productos y que la comunicación directa con el público les resulta muy gratificante, según productor Paz, (2020).

La experiencia fue acompañada por la consolidación de articulaciones con actores del territorio muy heterogéneos entre sí. Como se señaló, a la semana del ASPO, el reparto de bolsones se realizó desde el voluntariado de algunos de los actores del entramado social, quienes pidieron al Municipio de La Banda organizar una Mesa de Diálogo. En esta mesa participaron representantes de la iglesia evangélica y católica, los gremios, el INTA, y las organizaciones involucradas en el reparto de bolsones. A partir de los primeros encuentros, surgió el programa “La Banda Compra en Casa”. En el caso de los bolsones, el municipio se comprometió en brindar el transporte para llevar las frutas y verduras de los predios a los centros de logística de intermediación solidaria. En los centros se armaban los bolsones y se repartían a domicilio en motos, bicicletas, autos, y en algunos casos participaron remiseros, que en contexto de pandemia tuvieron poco trabajo.

Con responsabilidad social y ambiental, se fue mejorando la sistematización de las hojas de rutas y mapeo de sectores de consumidores, para disminuir el consumo de combustible en cada reparto semanal. La iglesia Evangélica local apoyó esta iniciativa, siendo responsable de uno de los nodos de distribución, que en ese momento, representó un 25% del total de bolsones semanales. También, se trabajó en la oferta de un kit de sanidad popular: jabones de jarillas, barbijos artesanales, alcoholes con productos naturales antisépticos, etc., que se usaban en todo el reparto.

Desde lo productivo, se probó abonar la tierra con humus de lombriz que proveyó un productor de cerdos de la zona. El estudio sobre las potencialidades de este humus en los rendimientos de las huertas agroecológicas estuvo a cargo de técnicos edafólogos del INTA, acompañados por pasantes de los colegios agrotécnicos de la zona. Por otro lado, el frío dañó y congeló las verduras y las manos de los productores, un artesano de cuchillos diseñó unos especiales para cosechar. El artesano, es consumidor de los bolsones de frutas y verduras agroecológicas. Otra artesana produjo barbijos y delantales para su empleo en la distribución y para los consumidores. Además, una radio comunitaria (FM Supernova), contribuyó a la difusión del trabajo en canje por bolsones.

Las instituciones involucradas, en el marco de las articulaciones generadas por la distribución de bolsones, trabajaron en equipo a fin de contribuir a impulsar políticas públicas que avalen la propuesta. Con el Municipio de la ciudad de La Banda y otros actores del territorio se buscó avanzar en la construcción de una agricultura urbana y periurbana integral. Para ello, se constituyó la Mesa Territorial de Sistemas Participativos de Garantía (SPG) para producciones y servicios agroecológicos, donde se estudian protocolos para la certificación de la comercialización en mercados de cercanías y de producciones agroecológicas y en transición. También con este municipio, se implementó desde septiembre 2020 compras públicas en bolsones de verduras agroecológicas de asistencia a familias asiladas por COVID-



19. Estas mismas organizaciones huerteras y campesinas articularon con el Municipio de la Capital para recuperar y sostener viejas estructuras de mercados o ferias barriales.

El trabajo en el territorio y las articulaciones entre productores, consumidores, actores municipales y nacionales, mostraron un aglomerado social complejo que vislumbró otra manera de producir, distribuir, consumir alimentos e innovar en la gestión pública.

La pandemia ayudó a pensar más allá de las dificultades del contexto. Esta experiencia es posible por el compromiso de los productores para sostener la producción agroecológica, y por el entramado social y solidario evidenciado en cada semana de reparto. Los consumidores aportaban críticas y propuestas agroecológicas. Se sumaron como clientes, cinco verdulerías y un restaurante que ayudaron con la visibilización de la experiencia a través de material audiovisual, en los que se promocionaban recetas con verduras y frutas que contenían los bolsones. Estos videos mostraban, la tierra y las identidades vivas de los productores que transforman semillas en alimentos, reflejan modos de hacer, saberes y tecnologías locales y ancestrales.

#### 3.4. Organización del reparto de bolsones:

La pandemia visibilizó un entramado social solidario, el compromiso de productores y consumidores para sostener la producción, y del conjunto heterogéneo de actores sociales involucrados en cada semana de reparto. A la distribución y venta de bolsones, se sumó el reparto gratuito de hortalizas y frutas por parte del Colectivo del Buen Vivir y de los distribuidores solidarios a familias santiagueñas con dificultades económicas para acceder a alimentos de calidad.

Para una adecuada distribución semanal se organizaron grupos de productores, distribuidores y técnicos, quienes llevaron a cabo su labor diariamente. Para comenzar el reparto de los días miércoles, fue necesario cumplimentar una serie de actividades previas relacionadas tanto con la oferta como con la demanda de frutas y hortalizas. Se llegaron a distribuir más de 100 bolsones y se acordaba previamente con sus destinatarios las especies que los mismos debían contener, en función de la disponibilidad según las condiciones agroclimáticas.

De este modo, los productores ofrecían los productos, organizándose entre ellos en función de las especies y volúmenes disponibles, centralizando el armado de bolsones para su posterior distribución. Con anterioridad a la distribución (los domingos), los técnicos y verduleros evaluaban en conjunto con los productores la diversidad de especies que contendrían los bolsones, cada semana, además de supervisar el trabajo realizado. De esta manera, los días lunes se contaba con las cantidades que se podían ofertar y se diagramaba el volante de oferta. Las redes sociales, los WhatsApp y las páginas web de los municipios, fueron algunos de los medios de difusión utilizados para promocionar el contenido de los bolsones, como puede observarse en la Figura 3.

Los clientes, consumidores responsables, tenían tiempo de pedir hasta las doce de la noche del día anterior a la entrega. Además de los consumidores familiares, se contó con demanda de restaurantes como por ejemplo, Amasijos, y verdulerías de La Banda y Santiago del Estero. Estos últimos solicitaban cantidades mayores a las promocionadas en el volante (acelga, zapallo, hierba buena, rabanito, laurel).

La conformación del precio del bolsón se establecía a partir del valor que asignaban los propios productores para cada uno de sus artículos y por referencias. Los agricultores consideraban que el precio era justo y acorde al período de pandemia en el cual se minimizaba la participación de intermediarios. La dificultad de la oferta se focalizó en cumplir con los volúmenes comprometidos, ya que debido a problemas climáticos (heladas, lluvias) y de manejo del cultivo (enfermedades, problemas en la cosecha) en algunos momentos se dificultaba lograr los volúmenes y calidad deseados; los cuales generaban reclamos.

**BOLSON DE VERDURAS**  
**\$400 PESOS**

**INCLUYE:**

- 500 grs Poroto Manteca,
- 1,5kg Zapallo camoteano
- 1,5Kg de Batata
- 1,5 kg de Coreano,
- 1 atado Rucula;
- 1 atado Acelga;
- 1 atado de lechuga crespa,
- 6 Naranjas criollas
- 6 Mandarinas

**OPCIONAL**

- ½ DULCE DE NARANJA \$130
- ½ MIEL EN PANAL \$150

**CANTIDAD LIMITADA**

Cierre de pedidos Martes 26 de MAYO, 24hs.  
Entrega Miércoles 27 de MAYO, de 9 a 20hs

**PEDIDOS AL 0385 155853756**  
INCLUYE ENTREGA A DOMICILIO

**Figure 3:** Flyer to promote the sale of fruits and vegetables. Santiago del Estero, Argentine, 2020.

**Figura 3:** Volante Promoción Bolsón de frutas y hortalizas. Santiago del Estero, Argentina, 2020.

Fuente: Organización de Productores de Santiago del Estero (2020)

Desde el inicio del reparto de bolsones los precios de los mismos se mantuvieron constantes. Además, se continuó resaltando el carácter agroecológico y local de la oferta, incluyendo hierbas aromáticas y medicinales, miel en panal, etc.; y también se fue innovando con el apoyo de los actores involucrados (técnicos/as de INTA, productores, consumidores y funcionarios/as de los municipios). Al respecto, los técnicos que acompañaban al Colectivo del Buen Vivir, sostenían que era importante llevar a cabo la actividad porque eran muchos los actores involucrados y que solo articulando entre ellos era posible que los productores pudieran dar continuidad a su actividad al acortarse por la mayor cercanía entre productores y consumidores (sin participación de intermediarios, como se hiciera oportunamente referencia), sin necesitar orientar sus productos a la gran distribución organizada (grandes cadenas de supermercados, etc.) que excedían a las posibilidades de los productores locales. De hecho, a través del contacto directo entre clientes y productores fue posible lograr un reconocimiento a la tarea realizada por los mismos, como así también a los productos locales ofrecidos, los que actualmente, a nivel global, reciben la denominación de productos Km 0.

La movilización y la flexibilidad para adaptarse al contexto de pandemia, obedeció a un trabajo colectivo previo, entre productores y organizaciones del campo. La consolidación de la red, les permitió contactar a los consumidores y ofrecer la alternativa del bolsón. Una vez promocionado el bolsón, sistematizado las ofertas y los pedidos, llegaba el momento de la recolección y centralización de la producción en un espacio físico para armar los bolsones. Esto se realizaba durante la noche del martes. En función de las necesidades y capacidad de agencia de los involucrados, el armado del pedido se hacía en las sedes de los movimientos sociales en la ciudad de La Banda o en Santiago del Estero.

El martes entre la tarde y noche, las familias de productores se movilizaban por sus propios medios y se encontraban en un punto intermedio. Los técnicos de INTA y de las organizaciones recogían en diferentes intersecciones de la ruta 5, hortalizas de hoja, pesadas y frutas. No siempre los productos tenían alta calidad y en algunas oportunidades variaban los kilos de producto pactados. Por ejemplo, el poroto, que es el producto “estrella” querido por todos los clientes, en esta entrega, no contaba con buena calidad visual. Es una leguminosa poco tolerante al frío y la noche anterior había helado.

Este recorrido de búsqueda de productos terminó cerca de las 21h del día martes, movilizándolo 32 familias huerteras del cordón frutihortícola de La Banda. El traslado de la mercadería desde La Banda a Santiago del Estero fue de 50 km., y se usó la camioneta del municipio, además de vehículos personales que pusieron a disposición los técnicos del INTA.

Los actores involucrados, por ejemplo Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP) encargada de armar los bolsones, y de la Red Míngame fueron encontrando soluciones a los imprevistos producidos a través de un vínculo solidario que les permitió concretar la tarea de distribución de los bolsones de 8 a 10 kilos de frutas, verduras, hierbas, aromáticas agroecológicas, sin contar, los extras de mermeladas o miel.

Con los aliados estratégicos con los que contó el equipo de trabajo integrante de la Mesa de Diálogo (Iglesia Evangélica de la ciudad de La Banda y de Santiago Capital, y restaurante “Amasijos”) se generó una mesa de diálogo y se intensificó la difusión de las hortalizas del Colectivo del Buen Vivir, a través del empleo de una plataforma de Excel, la zonificación de clientes, una mejor estética de la presentación de algunas hortalizas, y el reparto de recetas a través de su página de Facebook.

A inicios del ASPO, la falta de mercados, hizo peligrar la subsistencia de las familias huerteras, quienes apoyándose en su propia red social y solidaria con los habitantes de las ciudades de La Banda y Santiago del Estero, decidieron innovar en la comercialización.

La experiencia de los bolsones se sustentó en varios de los elementos que propone la agroecología y su permanencia en el tiempo, se vinculó con la creación conjunta del conocimiento entre huerteros, técnicos, consumidores, cooperativas urbanas y rurales.

#### **4. Conclusión final**

El trabajo realizado por el Colectivo del Buen Vivir permitió demostrar la gran potencialidad que tienen los circuitos cortos de distribución como así también los productos agroecológicos, en el actual contexto de pandemia.

El COVID-19 visibilizó otras “pandemias” como la pobreza estructural y la desigualdad en el acceso a alimentos sanos para la población. Las políticas públicas que respondieron a los efectos sociales de la pandemia (asistencia de emergencia para familias, trabajo y producción) fueron insuficientes para el mediano y largo plazo, especialmente en relación con el hambre, y la seguridad alimentaria; por lo que el ejemplo de los bolsones de verduras y frutas que ofreció el Colectivo del Buen Vivir visibilizó una propuesta integral, superadora de aquellas que se limitan a la entrega de alimentos de baja calidad a la población vulnerable.

La venta directa o casi directa entre productores y consumidores, promueve interacciones que recrean el valor del alimento, no sólo como un nutriente, sino como un bien, constructor de ciudadanía, de territorio, donde el lugar de procedencia y las características del proceso de elaboración se re-significan. En mercados con poca o nula diferenciación de productos, los consumidores realizan sus elecciones de compra, centrados principalmente en variables como, el precio y la calidad visual del producto.

Este entramado de actores se revitalizó a través de sus propios objetivos como el proceso de sistemas participativos de garantía, donde se suma la Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE). El Colectivo del Buen Vivir y toda la comunidad que formó parte del reparto de bolsones, promocionó un circuito comercial de capital social. Los testimonios y prácticas de los productores, distribuidores solidarios y consumidores muestran la urgencia de innovar en la producción de políticas alimentarias. La venta a domicilio es una opción que podría mejorar el entramado local. Sin embargo, en un Santiago del Estero pos pandemia, con alto desempleo y empleo informal, reducción del consumo, y más pobreza, será imprescindible un Estado fuerte que vincule a los agricultores familiares y sus organizaciones con la población

vulnerable con escasos recursos para acceder a una alimentación sana. Las estrategias surgidas desde los actores del territorio, pueden fomentar políticas como la compra pública, sostener y propiciar la venta directa de los productores y consumidores, a través de programas de promoción de consumo a la agricultura familiar, subsidios para enfrentar problemáticas como logística, higiene y cuidado ambiental, infraestructura tecnológica y comunicacional, así como formación de capacidades en áreas específicas.

## 9. Agradecimientos

Este trabajo ha sido realizado en el marco de dos Proyectos Estructurales del INTA “Alternativas socio-agro-ambientales: prospectiva, observatorios y ordenamiento territorial para la sustentabilidad agroalimentaria” y “Comercialización y consumo de los productos de la Agricultura Familiar.” Los autores agradecemos los valiosos aportes de Juan Carlos Antuña (INTA Tucumán) en los primeros borradores y de Javier Vitale (INTA Mendoza).

## 10. Bibliografía

- Abdala, J. C. 2020. “Agricultura Orgánica y Educación Agroecológica: China y Argentina.” 11 de junio. [https://www.youtube.com/watch?v=zWW1crxs\\_2w](https://www.youtube.com/watch?v=zWW1crxs_2w)
- Altieri, M. 1995. “Agroecology: The Science of Sustainable Agriculture. CRC Press. Taylor & Francis Group, 419 p.
- Arce, A. 2013. “Conocimiento, espacio y actores en la innovación social”. En: Paz, A., Montoya, MP, Asensio, R. Escalando Innovaciones Rurales: 37-86. IEP, Perú.
- Campetella, A. L. y Padín, G. L. 2017. “Hortalizas en Santiago del Estero: entre la tradición y el cambio.” Revista Internos 33: 15-17.
- Castro, N. y Prividera, G. 2011. “Repensar la Agricultura Familiar. Aportes para desentrañar la Complejidad”. Ediciones CICCUS. 334 p.
- CIPAF (Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Agricultura Familiar). 2017. “Memoria institucional y experiencias de investigación acción participativa con la agricultura familiar”. Ediciones INTA. 139 p
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). 2020. “Los 10 Elementos de la Agroecología. Guía para la Transición hacia Sistemas Alimentarios y Agrícolas Sostenibles”. <http://www.fao.org/3/i9037es/i9037es.pdf> (Fecha de última visita: 01-2021).
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), INRA (Instituto Nacional para la Investigación Agronómica). 2016. “Innovative markets for sustainable agriculture – How innovations in market institutions encourage sustainable agriculture in developing countries”. Rome, Italy. 364 p.
- Gliessman, S.R. 2015. Agroecology: The Ecology of Sustainable Food Systems. Boca Raton, FL, USA, CRC Press, Taylor & Francis Group. 406 p.
- Hyland, J.; Crehan, P.; Colantuono, F.; Macken Walsh, Á. 2019. The Significance of Short Food Supply Chains: Trends and Bottlenecks from the SKIN Thematic Network. Studies in Agricultural Economics 121: 59-66. <https://www.ign.gov.ar/AreaServicios> (12/2020).
- INDEC. 2010. Censo Nacional de Poblaciones.

- Jara, E. C. 2020. Brotes que no quieren marchitar. El movimiento de ferias y las políticas para la agricultura familiar en Argentina (2015-2018). Revista Latinoamericana POLIS: 144-158.  
<http://polis.ulagos.cl/index.php/polis/article/view/1450> (Fecha de última visita: 01-2021).
- Marsden, T. y J. Murdoch. 2006. "Between the local and the global: confronting complexity in the contemporary agrifood sector". Research in rural sociology and development; vol. 12. Amsterdam [etc.]: Elsevier JAI.
- MECON. 2014. "Plan de Competitividad Conglomerado Hortícola de la provincia de Santiago del Estero". Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación.
- Niederle, P. (editor). 2013. Construção social de mercados e novos regimes de responsabilização no sistema agroalimentar. Revista Agriculturas v. 10 - n. 2 junho
- Paz, M. I. 2020. "La familia agricultora "Crecer Cacho Salvatierra" celebra poder ofrecer sus productos en COMECO." Diario Digital Santiago, 8 de junio.
- Pearson, M. 2020. "Intermediación solidaria y comercio electrónico." Webinar INTA, 11 de junio. <https://www.youtube.com/watch?v=J03GTRMowkE>.
- Wilkinson, J. 2008. Mercados, Redes e Valores: O Novo Mundo da Agricultura Familiar. Porto Alegre: Editora UFRGS/Programa de pós-graduação em desenvolvimento rural.
- Horticultura Argentina es licenciado bajo Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 2.5 Argentina.